



RAPPORTO *eco* media

**“L’INFORMAZIONE AMBIENTALE IN ITALIA”
2018**

Roma, 19 dicembre 2018
Sala Stampa Estera, Via dell’Umiltà 83/C

www.osservatorioecomedia.it



PENTAPOLIS
ONLUS



OSSERVATORIO
di Pavia



“L’INFORMAZIONE AMBIENTALE IN ITALIA”

2018

“L’informazione è uno dei passaggi fondamentali per la costruzione di un nuovo Eco-Rinascimento, con un ruolo determinante nel sostenere uno sviluppo economico sostenibile”

Massimiliano Pontillo, Presidente *Pentapolis Onlus*

INDICE

<i>Ambiente e sviluppo sostenibile tra informazione, economia e politica</i>	7
<i>OSA - Osservatorio sullo Sviluppo Sostenibile e l'Ambiente nei Media</i>	10
<i>Premio Pentapolis "Giornalisti per la Sostenibilità"</i>	12
<i>L'informazione ambientale nei telegiornali italiani</i>	13
<i>Analisi della categoria "Cronaca di disastri naturali"</i>	15
<i>Analisi della categoria "Condizioni metereologiche"</i>	17
<i>Analisi della categoria "Natura&Animali"</i>	19
<i>Analisi della categoria "Temi Ambientali "</i>	21



**CONSULTA
D'INDIRIZZO**

Andrea Caretta
Osservatorio di Pavia
 Massimiliano Pontillo
Pentapolis Onlus
 Enrico Giovannini
ASviS - Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile

**COMITATO
SCIENTIFICO**

Alfonso Cauteruccio
Greenaccord
 Marco Frey
Fondazione Global Compact Network Italia
 Walter Ganapini
Agenzia Europea per l'Ambiente
 Francesco La Camera
Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare
 Stefano Laporta
Ispra
 Raffaele Lorusso
Federazione Nazionale della Stampa Italiana
 Alfonso Pecoraro Scanio
Fondazione UniVerde
 Mario Salomone
Federazione Italiana Media Ambientali
 Paola Spadari
Ordine dei Giornalisti - Lazio
 Riccardo Valentini
Centro Euro-Mediterraneo Cambiamenti Climatici

**CONSIGLIO
DI RICERCA**

Vittorio Cobianchi
Osservatorio di Pavia
 Giovanni Sarani
Osservatorio di Pavia

**AMBIENTE E SVILUPPO SOSTENIBILE TRA INFORMAZIONE,
ECONOMIA E POLITICA**

Il nostro Belpaese è sempre un po' in ritardo: è la sua caratteristica, piccoli passi avanti, ma si potrebbe fare molto di più, anche nel breve termine.

Tutti possono, e devono, partecipare al cambiamento.

Per accompagnare l'Italia verso l'era della sostenibilità, però, abbiamo bisogno di portare una nuova cultura tra la gente, nelle scuole, nei luoghi di aggregazione.

L'impresa dei media "sta sul pezzo"?

L'articolo 21 della nostra Costituzione sancisce "la pienezza dei diritti di ciascuno all'accesso all'informazione e all'espressione libera delle proprie opinioni e alla possibilità di diffonderle con ogni mezzo".

Comprendere dove ci troviamo, quindi, costituisce la prima e fondamentale tappa di un percorso culturale che possa consentire di avere una visione d'insieme, strategica, per affrontare in maniera democratica le sfide che ci aspettano nella rigenerazione di una società che sia più giusta e sostenibile. Certamente compiti non facili, ancor di più oggi che siamo di fronte a cambiamenti radicali, a stravolgimenti, che necessiterebbero di una guida anzitutto responsabile e, invece, continuiamo ad assistere, sostanzialmente indifesi, all'espandersi e intrecciarsi di alcune questioni rilevanti assai critiche: climatica, economica, sociale e proprio quella dell'informazione.

Il ruolo della conoscenza, i meccanismi attraverso i quali la stessa si costruisce e si trasmette, l'informazione in senso lato rappresentano un diritto dei cittadini e un dovere delle amministrazioni: un interesse generale da preservare e incentivare, uno dei pilastri fondamentali dell'esercizio del diritto di cittadinanza ma anche una leva per agire sulle politiche di sviluppo sostenibile e sul mercato.

L'informazione può ed è uno dei passaggi fondamentali per la costruzione di un nuovo "Eco-Rinascimento", con un ruolo determinante sia nella promozione di un diverso e migliore sviluppo economico, sia nel modificare gli atteggiamenti delle persone e sia per diffondere valori e comportamenti coerenti.



La Convenzione di Aarhus (Danimarca), adottata nel 1998 ed entrata in vigore nel 2001, a cui ha aderito anche l'Unione Europea, mette in risalto la centralità dell'informazione e il suo più ampio accesso.

La sua rilevanza è stata più recentemente riconosciuta anche dall'Ipcc e dalle Nazioni Unite, come la piattaforma necessaria per la riconversione ecologica dell'intero sistema.

La società in cui viviamo e che abbiamo delineato (e contribuito) a costruire, soprattutto negli ultimi decenni, si poggia prevalentemente su un modello energivoro e consumista che continua a produrre danni sempre più difficili da ricomporre.

Tra le cause principali di tutto ciò è l'aver "dimenticato" il significato di Bene Comune, un valore sostituito da troppi interessi particolari che minacciano costantemente l'uguaglianza e la coesione sociale. Lo stesso bene rappresentato dalla cultura, dall'informazione, è saldamente concentrato nelle mani di chi detiene di volta in volta il potere politico ed economico, che così riesce a raccontare la sua realtà, anche rispetto alle tematiche ambientali e di sostenibilità. Si rende necessaria una drastica inversione di marcia che implichi un livello di comunicazione decisamente diverso da quello di cui oggi può fruire il cittadino.

Se fino a non troppo tempo fa l'ecologia e la sostenibilità erano confinate in posizioni secondarie, lontano dagli interessi di massa e in fondo alla classifica dei temi che fanno audience, oggi se ne registra una certa accoglienza che, però, deve trovare ancora una sua dignitosa legittimazione: è il mainstream che può fare la differenza, affinché entri più facilmente nelle case della gente, la quale attribuisce proprio alla tv un carattere di autorevolezza.

Ugualmente importante sono radio e carta stampata.

E sicuramente anche il web e i social network possono dare un forte contributo nella diffusione dell'ecologia, dandole potenza, profondità e scambio; ma c'è ancora un gran rumore di fondo, è un "ambiente" troppo confuso dove permane una criticità delle fonti e si trova tutto e il contrario di tutto.

Dall'inizio degli anni '80 abbiamo assistito a uno sviluppo di riviste specializzate in



natura (Airone), in politica ambientale (La Nuova Ecologia), altre legate a un filone scientifico (Science e Geo) o con un approccio ai consumi (Il Salvagente e Terra Nuova) o alla finanza (Valori).

Per arrivare a una vera e propria esplosione di testate web (tra cui Greenme, Greenstyle, Rinnovabili, Lifegate, Ecoincitta).

Mentre, tranne qualche positiva eccezione, tv e radio latitano; e l'ambiente ha i suoi picchi in alto solo a seguito di disastri naturali o emergenze legate al dissesto idrogeologico, e trattato prevalentemente come fatto di cronaca.

Certo è che, rispetto a 20 anni fa, l'informazione su questi temi è avanzata nel nostro Paese; ma c'è bisogno di un giornalismo di settore più moderno, capace di cogliere l'elemento di attualità e soprattutto di connettersi con le questioni economiche: il green, purtroppo, tende ancora ad essere eccessivamente spettacolarizzato e non viene percepito nelle forti attinenze con il sistema produttivo; rileviamo molte denunce sui guasti causati dall'inquinamento e ancora poca attenzione alle eco-soluzioni tecnologicamente sempre più possibili e vantaggiose.

Oggi i governi parlano di economia, crescita e tasse senza percepire e comprendere del tutto il profondo legame con le risorse che arrivano dalla natura e che dettano la stabilità del nostro ecosistema.

Nel complesso, si evidenzia una presenza ancora discontinua nel sistema mediatico. Esiste un problema di priorità: la poca pressione e il non brillante attivismo da parte della stampa "più influente" sulle questioni ecologiche produce una disattenzione della politica, che tende a concentrarsi sulle sollecitazioni maggiormente avvertite dall'opinione pubblica; rischiando di dimenticare che la sostenibilità, dall'energia alla mobilità, dall'alimentazione ai rifiuti e all'urbanistica, è destinata a condizionare in maniera determinante l'economia del futuro: una economia circolare, capace di conciliare l'interesse generale con quello particolare, e rimettere in movimento l'occupazione, soprattutto giovanile.



OSA - Osservatorio sullo Sviluppo Sostenibile e l'Ambiente nei Media

Missione

Nel 2014 viene istituito, per la prima volta in Italia, l'Osservatorio Eco-Media (www.osservatorioecomedia.it), con l'obiettivo di dare una fotografia periodica su come le tematiche ambientali vengono trattate sui maggiori mezzi d'informazione.

Da questa proficua esperienza, e come sua "naturale" evoluzione, si è deciso di ampliarne i contenuti dando così vita all'Osservatorio sullo Sviluppo Sostenibile e l'Ambiente nei Media – OSA – che intende fornire elementi di analisi (monitoraggio dei media, mappature degli stakeholder, analisi valoriali) per una riflessione sulla comunicazione della sostenibilità, al fine di valutare la natura dell'informazione, l'autorevolezza delle fonti e l'efficacia della sensibilizzazione del pubblico sull'argomento.

OSA, primo e unico think tank italiano permanente sull'informazione relativa agli obiettivi dello sviluppo sostenibile e all'ambiente, si pone le seguenti finalità di:

- *raccogliere dati primari e aggiornati sui flussi dell'informazione relativamente alle tematiche di sostenibilità, in ambito nazionale ed europeo;*
- *stimolare i grandi editori, ossia coloro che governano il sistema mediatico, affinché i temi d'interesse abbiano lo spazio e la continuità che meritano;*
- *incentivare una filiera produttiva di settore green, cercando così di arrivare a un prodotto finale con un minimo impatto ambientale;*
- *appassionare un nuovo pubblico di lettori puntando sulla sostenibilità;*
- *divulgare le buone pratiche, pubbliche e private, alimentando così un circolo emulativo virtuoso;*
- *favorire il dibattito tra esperti, studiosi, manager e professionisti della comunicazione, studenti e cittadini interessati, fornendo materiali e strumenti d'analisi sull'informazione della sostenibilità.*

Organizzazione

OSA si propone di raggiungere gli obiettivi prefissati grazie al contributo e alla professionalità di diversi attori:

- *PENTAPOLIS ONLUS Ideatore, definisce i temi da monitorare, condivide gli obiettivi con i vari partner e favorisce lo sviluppo dell'iniziativa;*
- *OSSERVATORIO DI PAVIA monitora le diverse audience e garantisce qualità scientifica e continuità alle attività concordate;*

ASVIS coinvolge e amplifica il progetto ai vari stakeholder, soprattutto in ambito non profit e politico

COMITATO SCIENTIFICO • Ha il compito di supervisionare e garantire la qualità delle varie iniziative.

- *PARTNER • Co-partecipano, di volta in volta, al sostegno (anche economico) per la raccolta e l'interpretazione dei dati e lo svolgimento delle molteplici attività;*
- *AUDIENCE • Rappresenta i media da monitorare e/o da analizzare;*

Obiettivi

I risultati delle ricerche sono funzionali all'obiettivo più generale di promuovere e sostenere un processo di advocacy, dentro e attraverso i media. I Rapporti e la loro divulgazione possono, infatti, fornire informazioni utili agli stakeholder (associazioni, enti, istituzioni, aziende), costituire oggetto di presentazione e dibattito nell'ambito di eventi aperti al pubblico (conferenze, seminari, tavole rotonde e workshop), ospitati da enti pubblici, scuole, università, favorire il confronto e la discussione dei risultati (attraverso attività seminariali e formative destinate alle scuole, ai media così come ad altre figure professionali operanti nel settore della comunicazione), rafforzare la consapevolezza sul ruolo strategico dei media nella divulgazione e promozione dello sviluppo sostenibile. Per raggiungere i suoi obiettivi OSA realizza 3 Ricerche annuali: la conoscenza è presupposto fondamentale per stimolare il cambiamento e per coinvolgere la società e migliorarne il benessere; e una serie di attività di comunicazione, formazione e sensibilizzazione in grado di coinvolgere i mass media, le istituzioni, le imprese, la società civile, le scuole e il grande pubblico.

Attività

Cardine del progetto è l'analisi quali/quantitativa che monitora l'attenzione e gli atteggiamenti espressi sul tema della sostenibilità.

L'analisi di OSA è composta da tre assi di ricerca periodici:

- *Rapporto Eco-Media, dedicato in modo specifico all'informazione sui temi ambientali all'interno dell'agenda dei Tg Prime Time italiani ed europei;*
- *2030 Agenda Media Monitor, dedicato alla presenza e alle modalità di presentazione dei temi legati alla sostenibilità all'interno dell'agenda dei Tg Prime Time italiani e europei;*
- *Leader politici, economia circolare e media, dedicato a come i decisori pubblici parlano di sviluppo sostenibile soprattutto sui social media;*

OSA organizza una serie di attività di comunicazione ed iniziative editoriali: forum, conferenze, workshop, tavole rotonde, sito web, newsletter, pubblicazioni, per divulgare i risultati delle indagini e per promuovere gli obiettivi dello sviluppo sostenibile.

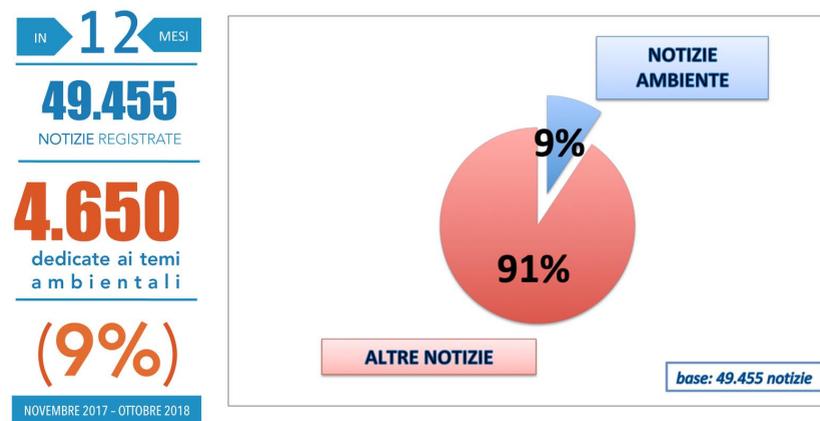
Premio “Giornalisti per la Sostenibilità”

Il Premio Pentapolis “Giornalisti per la Sostenibilità” vuole promuovere e diffondere un’informazione e una cultura più attente all’ambiente, alla responsabilità sociale, allo sviluppo sostenibile.

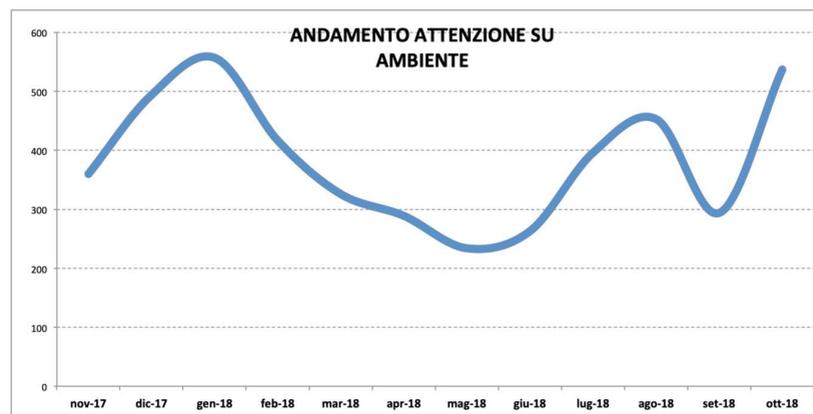
È un riconoscimento simbolico assegnato ai giornalisti italiani che si siano particolarmente distinti per l’impegno in favore della divulgazione, anche scientifica, delle tematiche di sostenibilità.

Vuole enfatizzare quanto di buono accade in Italia attraverso il racconto di best practices di imprese, istituzioni, associazioni e singoli cittadini: oltre la denuncia, quindi, storie da cui prendere esempio.

Sono presi in considerazione articoli e servizi pubblicati su carta stampata, web, radio e tv.



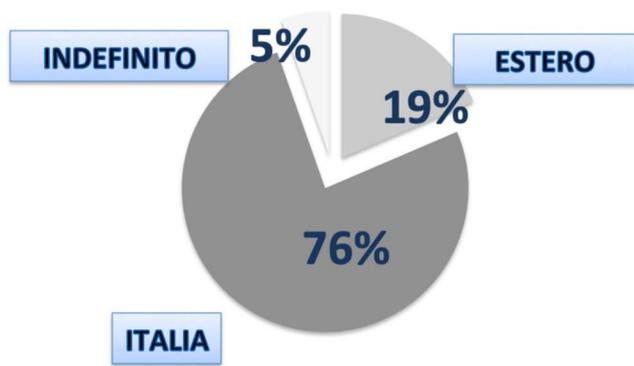
ATTENZIONE



LUOGO

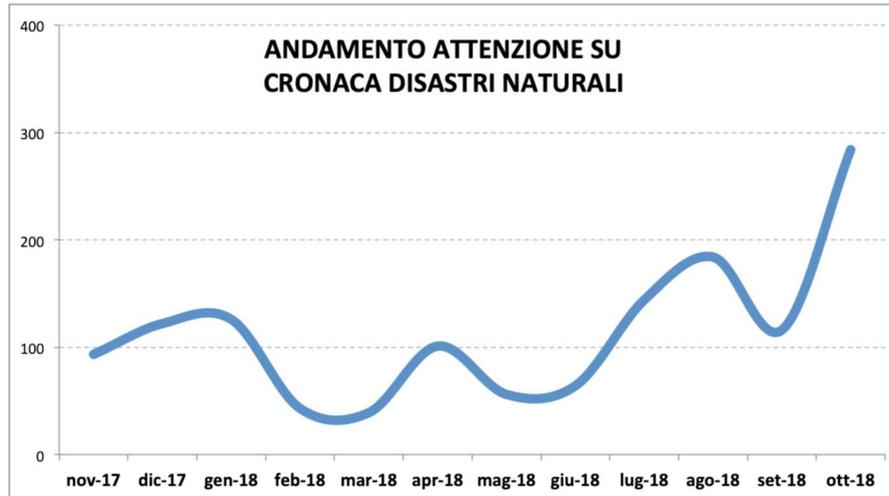
NOVEMBRE 2017-OTTOBRE 2018

LUOGO DELLA NOTIZIA: TOTALE



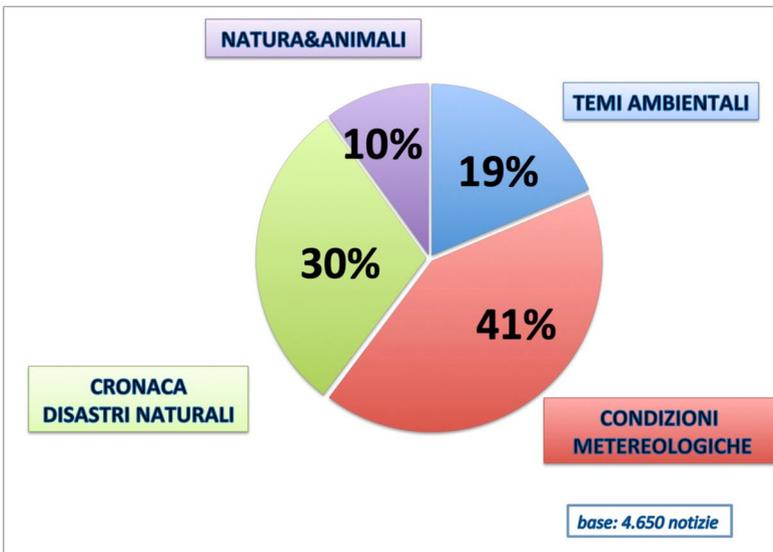
ATTENZIONE

NOVEMBRE 2017 - OTTOBRE 2018



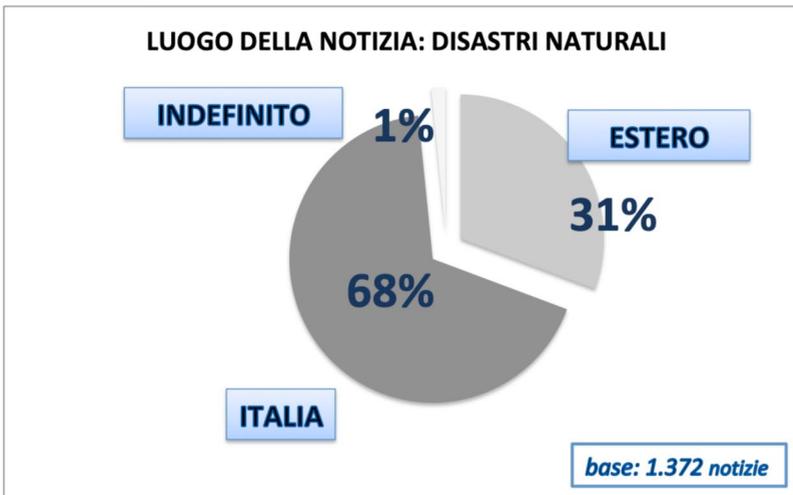
TOPICS

NOVEMBRE 2017-OTTOBRE 2018



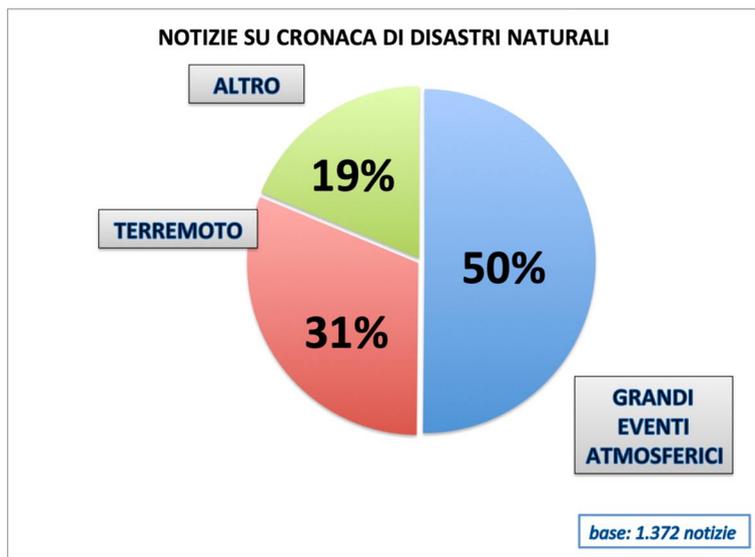
LUOGO

NOVEMBRE 2017 - OTTOBRE 2018



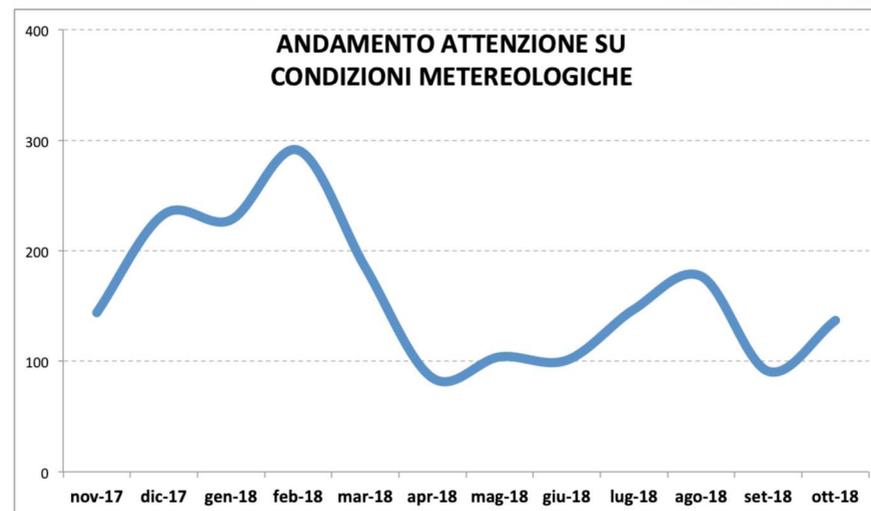
TOPICS

NOVEMBRE 2017 - OTTOBRE 2018



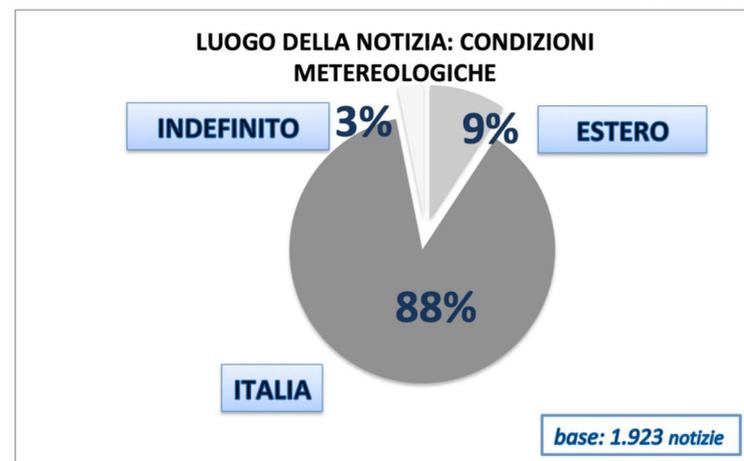
ATTENZIONE

NOVEMBRE 2017 - OTTOBRE 2018



LUOGO

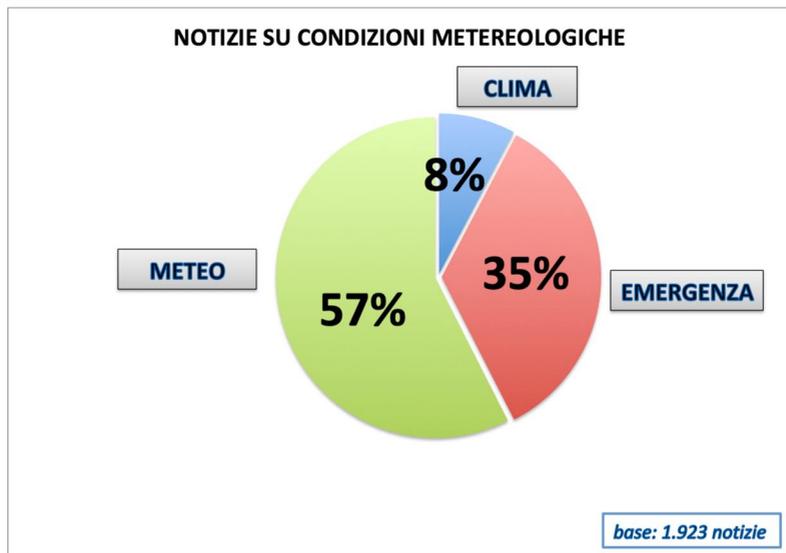
GENNAIO - GIUGNO 2017



La prevalenza delle notizie ambientate IN ITALIA è netta ed evidente

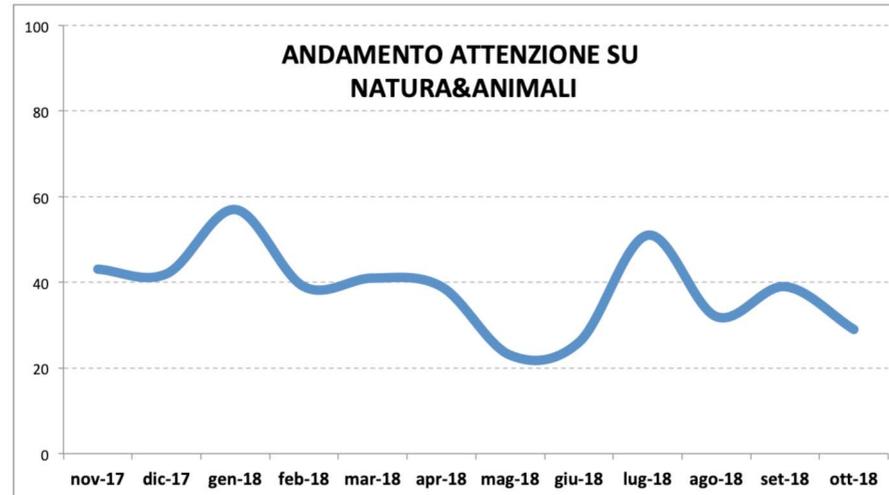
TOPICS

GENNAIO - GIUGNO 2017



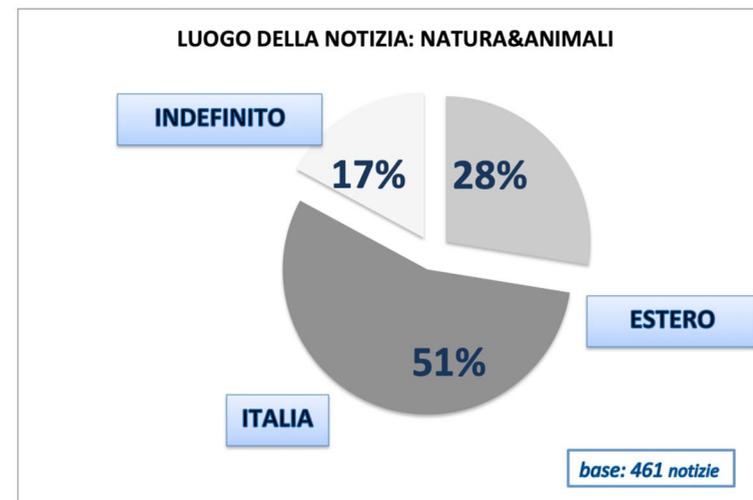
ATTENZIONE

GENNAIO - GIUGNO 2017



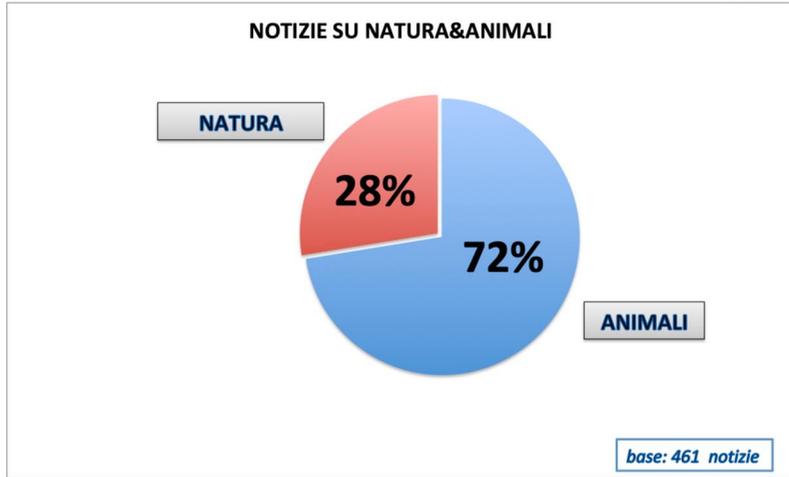
LUOGO

GENNAIO - GIUGNO 2017



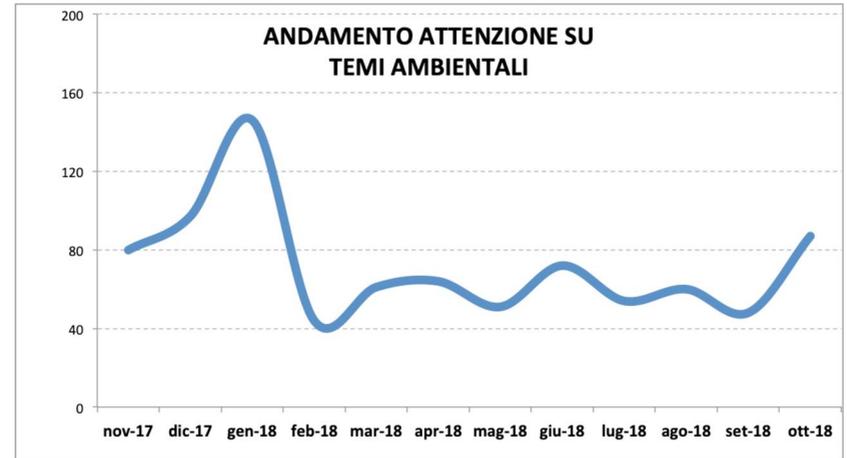
TOPICS

GENNAIO - GIUGNO 2017



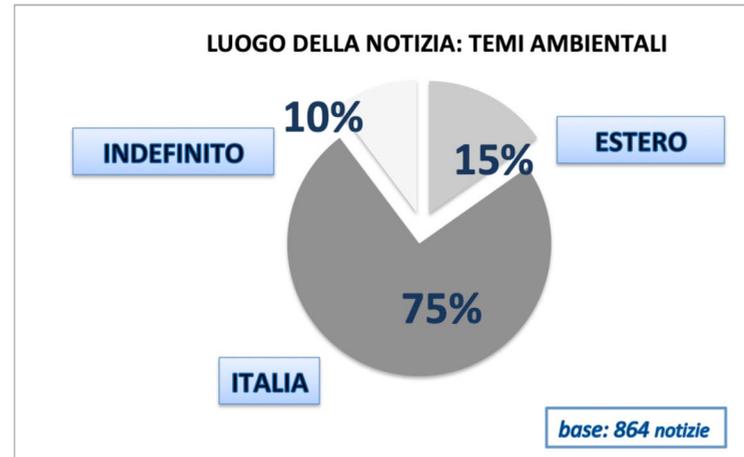
ATTENZIONE

GENNAIO - GIUGNO 2017



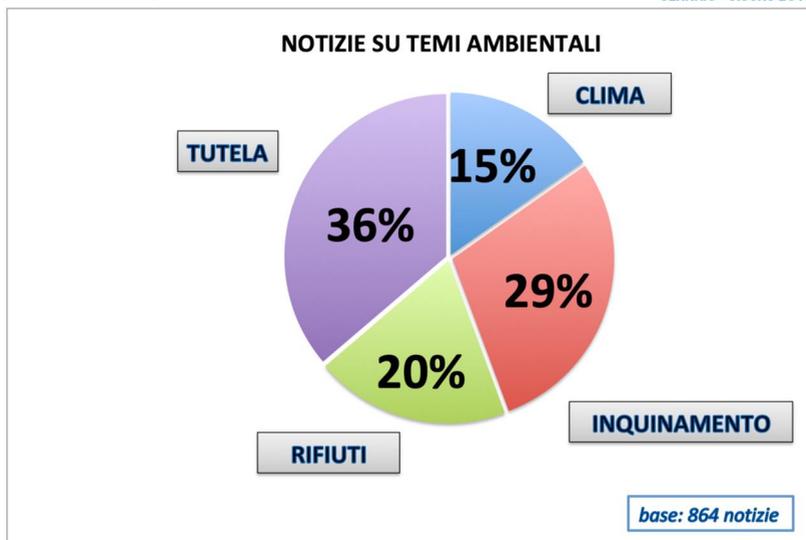
LUOGO

GENNAIO - GIUGNO 2017



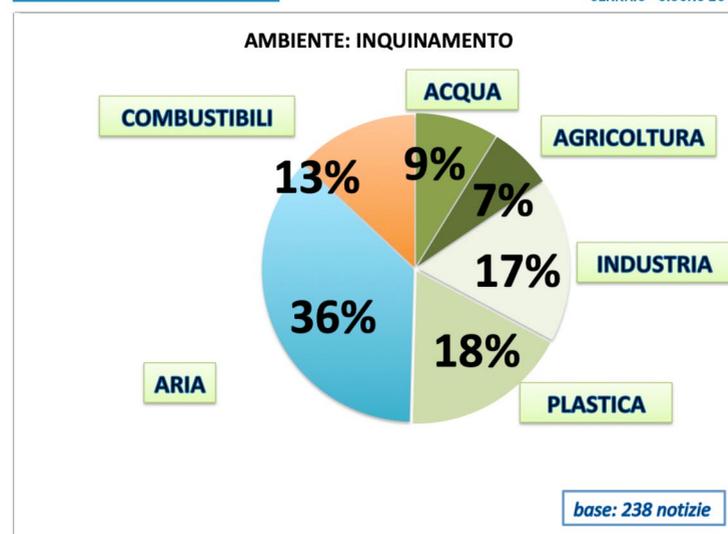
TOPICS

GENNAIO - GIUGNO 2017



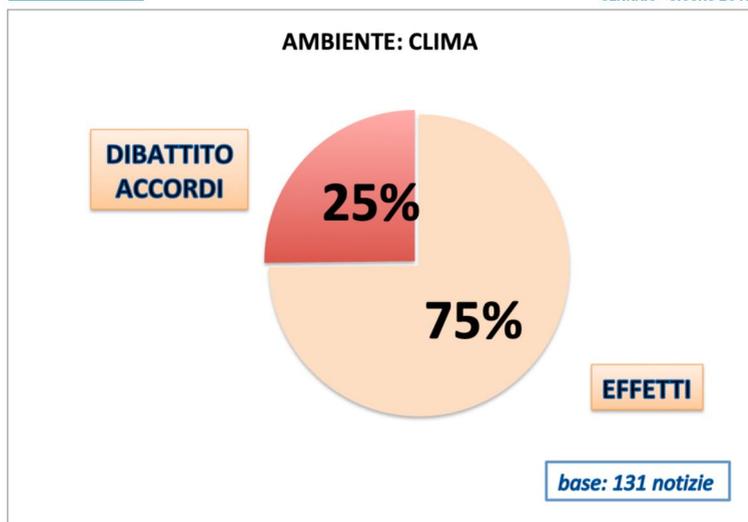
INQUINAMENTO

GENNAIO - GIUGNO 2017



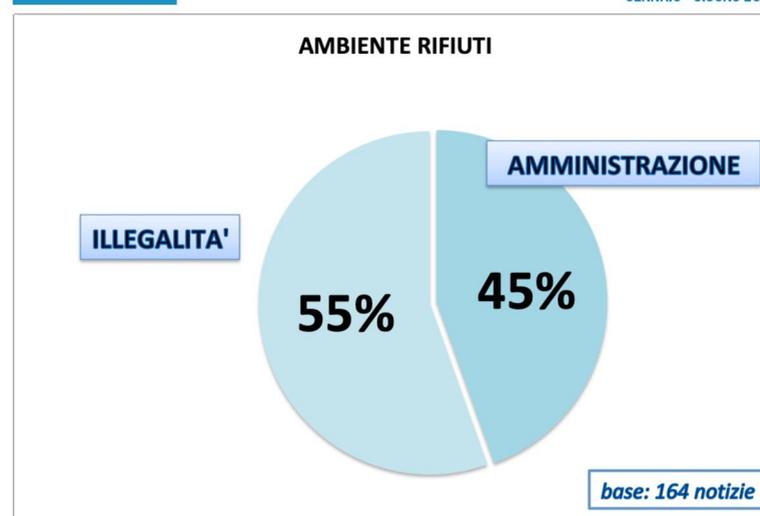
CLIMA

GENNAIO - GIUGNO 2017



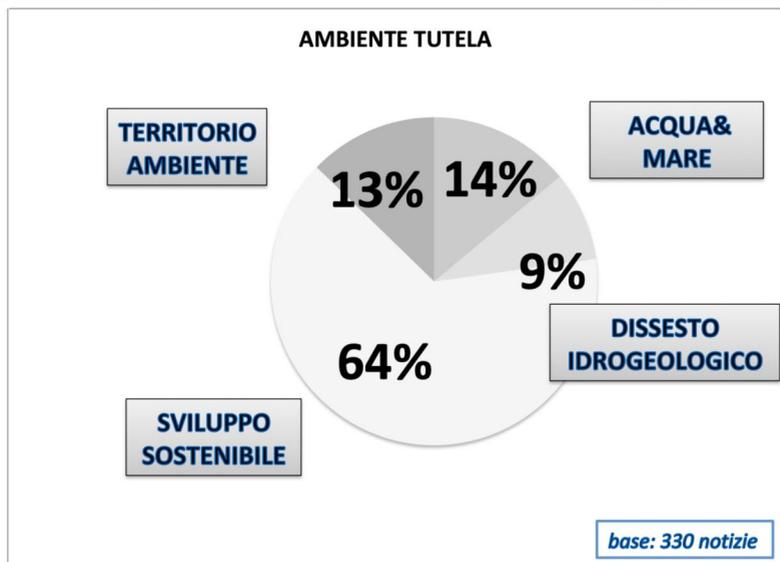
RIFIUTI

GENNAIO - GIUGNO 2017

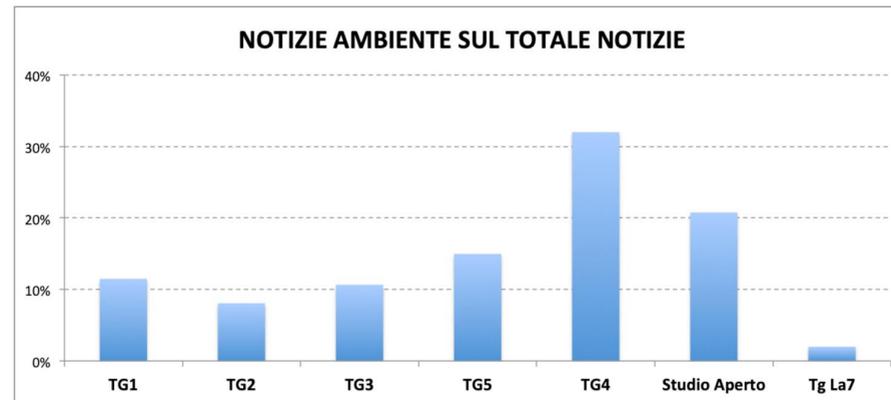


TUTELA

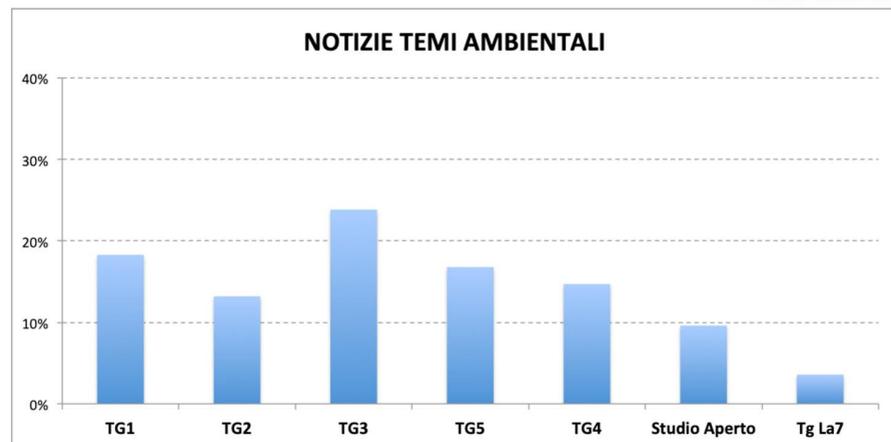
GENNAIO - GIUGNO 2017



GENNAIO - LUGLIO 2017



GENNAIO - GIUGNO 2017



PROGETTI

CONVEGNI



EVENTI



INFORMAZIONE



PREMI



TENIAMO IN ALTISSIMA CONSIDERAZIONE
LA SICUREZZA E LA TUTELA DELL'AMBIENTE



INTERNO OTTO ROMA

Energia nel rispetto dell'ambiente: per Terna è una scelta culturale.

Per Terna il rispetto dell'ambiente è una leva strategica. Ecco perché dialoghiamo con WWF, Legambiente e Greenpeace per un progetto Paese più sostenibile. Oltre 600 km di vecchi elettrodi smessi dal 2010 al 2015 liberando vaste aree nelle regioni italiane. Un utilizzo di sostegni innovativi a ridotto impatto ambientale, per un ingombro 10 volte inferiore rispetto a quelli tradizionali. Questa è la cultura ambientale di Terna: utili per il Paese.



MATER-BI

BIOPLASTICA BIODEGRADABILE E COMPOSTABILE
L'ORIGINALE
CONTROLLATA, ITALIANA, GARANTITA

QUALITÀ AL PRIMO POSTO

La licenza d'uso del marchio MATER-BI vincola i partner di NOVAMONT al rispetto di uno stringente disciplinare e a rigorosi controlli (più di 1000 ad oggi) che verificano il rispetto delle condizioni ideali di filatura e la rispondenza dei manufatti ai parametri qualitativi rilevanti: natura del materiale, caratteristiche meccaniche e funzionalità.

LA GARANZIA DI UN MARCHIO ITALIANO

MATER-BI sancisce un sistema di produzione virtuoso, interamente sviluppato sul territorio italiano, dando vita ad una filiera produttiva che coinvolge dall'agricoltore al compostatore, dal trasformatore al rivenditore. Ricerca e filiera produttiva italiana.

A PROVA DI QUALSIASI SMALTIMENTO

Sul fronte ambientale, MATER-BI presenta caratteristiche uniche. Contiene materie prime rinnovabili, è biodegradabile e compostabile, è lo strumento ideale per la raccolta della frazione umida e si trasforma in fertile e utile compost.

**Il carburante si otterrà
anche dalle bucce
di mela. In Italia.**

Oggi, stiamo trasformando i rifiuti organici in bio-olio. Lo stiamo facendo nel nostro Centro Ricerche per le Energie Rinnovabili e l'Ambiente. Eni con l'Italia.



Abbiamo l'energia per vederlo.
Abbiamo l'energia per farlo.

EcoComunicazione.it





Con l'Adesione del Presidente della Repubblica

Promosso	
Insieme	
In partenariato	
In collaborazione	
Con il patrocinio	
Con l'adesione	
Con il sostegno	
Con il contributo	
Partner tecnici	

Pentapolis Onlus è un'associazione di comunicatori e giornalisti che promuove l'ambiente, la responsabilità sociale e lo sviluppo sostenibile.



www.pentapolis.eu - info@pentapolis.eu